VIỆN NGHIÊN CỨU XÃ HỘI KINH TẾ VÀ MÔI TRƯỜNG
INSTITUTE FOR STUDIES OF SOCIETY, ECONOMY AND ENVIRONMENT

ĐIỀU KHOẢN THAM CHIẾU
Term of reference

I. Mục tiêu của hoạt động/Outcome of activity:

Tôi Đồng Ý (TĐY) là chiến dịch truyền thông thúc đẩy xã hội thể hiện sự ủng hộ với hôn nhân cùng giới (HNCG), hướng đến việc các cặp đôi cùng giới ở Việt Nam được bảo vệ bình đẳng với các cặp đôi khác giới trong Luật Hôn nhân & Gia đình và các luật khác có liên quan. Chiến dịch lần đầu tiên được triển khai vào tháng 10 năm 2013 bởi Viện Nghiên cứu Xã hội Kinh tế và Môi trường (iSEE), Trung tâm Truyền thông Sáng tạo, Dịch vụ và Nghiên cứu về Tính dục (ICS) và Nhóm hoạt động vì hình ảnh tích cực của LGBT (6+). Chiến dịch tạm ngừng sau khi Luật Hôn nhân và Gia đình được thông qua vào cuối tháng 6 năm 2014. Chiến dịch Tôi Đồng Ý 2022, được khởi động lại và triển khai bởi Nhóm làm việc vì Hôn nhân bình đẳng (MEWG), dẫn đầu là Viện iSEE và Trung tâm ICS, với mục tiêu hợp pháp hóa HNCG tại Việt Nam vào năm 2026.

Năm 2024, xem xét những thay đổi về bối cảnh vận động chính sách và xã hội, MEWG thực hiện sửa đổi:

1. Chiến lược Hôn Nhân Cùng Giới 2024-2030 (bản tháng 2/2024), nhằm mục đích mô tả các mục tiêu trung hạn (tập trung vào việc thu thập dữ liệu cộng đồng, xây dựng quan hệ đối tác, nâng cao năng lực cho các nhóm làm việc), nhằm chuẩn bị tốt hơn cho mục tiêu dài hạn giai đoạn 2026-2030 – điểm rơi của việc vận động sửa đổi luật Hôn nhân & Gia đình 2014, tiến đến hợp pháp hóa hôn nhân cùng giới tại Việt Nam trong nhiệm kỳ Quốc hội thứ XVI 2026-2030;
2. Các mục tiêu ngắn hạn, kế hoạch hoạt động sơ bộ và cấu trúc của TĐY 2024-2026.

Tư vấn được tuyển chọn sẽ đóng vai trò lên kế hoạch và điều phối sản xuất sản phẩm truyền thông trên các kênh Mạng xã hội của Chiến dịch, nhằm lan tỏa thông điệp Chiến dịch đến với công chúng mục tiêu và thúc đẩy lượt ký tên ủng hộ cho hợp pháp hóa HNCG.

II. Nội dung công việc của Vị trí Social Communications Lead - Quản lý truyền thông mạng xã hội:

- Chịu trách nhiệm lên kế hoạch truyền thông chi tiết, định hướng nội dung được đăng tải trên 2 kênh MXH chính của dự án là Facebook và TikTok trong thời gian trên.
- Với nội dung đăng tải trên Facebook Page:
    - Thực hiện biên tập nội dung bài viết, số lượng tối thiểu 2 bài tĩnh/ 1 tuần
    - Thực hiện thiết kế hình ảnh cho bài viết
    - Phối hợp với nhân sự khác của dự án để phân chia công việc, số lượng bài viết phù hợp
- Với nội dung đăng tải trên Tiktok:
    - Thực hiện biên tập nội dung video, số lượng 3 video/ 1 tuần

(Nội dung công việc có thể đàm phán để điều chỉnh phù hợp với thời gian, khả năng và mức độ tham gia của Tư vấn)

III. Mức phí dự kiến: 11,000,000 VND/tháng (đã bao gồm thuế thu nhập cá nhân).

IV. Thời gian/ Timing:

#	Công việc cụ thể/Specific task	Thời gian thực hiện/ Hạn hoàn thành Implementation time/ Deadline
1	**Social communication lead**	01/06 - 01/12/2024

V. Yêu cầu về tư vấn/Requirements for consultant:

- Đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam
- Tham gia đầy đủ các cuộc họp chiến lược, cập nhật trực tuyến của chiến dịch
- Có kiến thức chuyên môn về truyền thông trên MXH, hiểu biết về cách vận hành của Facebook và TikTok
- Có 1,5 năm kinh nghiệm trở lên trong việc làm nội dung trực tuyến
- Nhanh nhạy, nắm bắt xu hướng của khán giả trên MXH
- Có hiểu biết về truyền thông xã hội, thấu hiểu về insights của các đối tượng tham gia.
- Có khả năng làm việc được với các nhà cung cấp, tư vấn thiết kế,...
- Sẵn sàng đóng góp ý tưởng, tham vấn cho Chiến dịch về đề xuất lên ý tưởng và thực hiện sự kiện
- Khả năng làm việc độc lập, làm việc theo nhóm
- Khả năng lãnh đạo, quản lý và sắp xếp thời gian